



Peran *Social Media Marketing* dan *Brand Image* dalam Membentuk Keputusan Pembelian: Efek Motivasi Pembelian sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Produk Sunscreen Wardah
The Role of Social Media Marketing and Brand Image in Forming Purchasing Decisions: Effect of Purchasing Motivation as a Mediating Variable on Consumers of Wardah Sunscreen Products

Lely Amelia Sari, S.M
222010200087

Dosen Pembimbing
Muhammad Yani, SE.,MM

Dosen Penguji 1
Alshaf Pebrianggara, SE.,MM

Dosen Penguji 2
Mas Oetarjo, SE.,MM.BKP

Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Januari, 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Peran *Social Media Marketing* dan *Brand Image* dalam Membentuk Keputusan Pembelian: Efek Motivasi Pembelian sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Produk Sunscreen Wardah

Nama Mahasiswa : Lely Amelia Sari

NIM 222010200087

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing
Muhammad Yani, S.E.,MM
NIDN. 0723048506



Dosen Penguji 1
Alshaf Pebrianggara, S.E.,MM
NIDN. 0701029103




Dosen Penguji 2
Mas Oetarjo, SE.,MM.BKP
NIDN. 0702036207



Diketahui oleh

Ketua Program Studi
Mochamad Rizal Yulianto, SE.,MM
NIDN. 0716078804



Dekan
Dr. Poppy Febriana, S.Sos.,M.Med.Kom
NIDN. 0711028001

Tanggal Ujian
(13 Januari 2026)

Tanggal Lulus
(13 Januari 2026)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
I. PENDAHULUAN.....	1
II. LITERATUR RIVIEW	4
III. METODE	7
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	8
V. KESIMPULAN	15
DAFTAR PUSTAKA.....	16

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Lely Amelia Sari
NIM : 222010200087
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial

DAN

Dosen Pembimbing : Muhammad Yani, S.E,MM
NIK/NIP : 0723048506
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial

MENYATAKAN bahwa, karya tulis ilmiah dengan rincian:

Judul : Peran *Social Media Marketing* dan *Brand Image* dalam Membentuk Keputusan Pembelian: Efek Motivasi Pembelian sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Produk Sunscreen Wardah
Kata Kunci : *Social Media Marketing*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, Motivasi Pembelian

TELAH:

1. Disesuaikan dengan petunjuk penulisan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berdasarkan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa.
2. Lolos uji cek kesamaan sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

SERTA*:

- ☒ **Bertanggung jawab untuk** melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal ilmiah/prosiding sesuai ketentuan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah. Khususnya Lampiran Huruf B.
- ☐ **Menyerahkan tanggung jawab untuk** melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal ilmiah/prosiding sesuai ketentuan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah khususnya Lampiran Huruf B kepada Bidang Pengembangan Publikasi Ilmiah DRPM UMSIDA.

Demikian pernyataan dari saya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Terima Kasih

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



(Muhammad Yani, SE.,MM)
NIP/NIK. 0723048506

Sidoarjo, (13/01/2026)
Mahasiswa



(Lely Amelia Sari)
NIM. 222010200087

**PERNYATAAN MENGENAI KARYA TULIS ILMIAH DAN SUMBER INFORMASI SERTA
PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis ilmiah tugas akhir saya dengan judul ***“Peran Social Media Marketing dan Brand Image dalam Membentuk Keputusan Pembelian: Efek Motivasi Pembelian sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Produk Sunscreen Wardah ”*** adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir karya tulis ilmiah tugas akhir saya ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Sidoarjo, 13 Januari 2026



Lely Amelia Sari
222010200087